

NEDIM MARIĆ, GENERALNI DIREKTOR „HEPOK“ DOO, MOSTAR



Sa snažnim uticajem mediteranske klime, 35 kilometara od Jadranskog mora i u neposrednoj blizini rijeke Neretve leže vinogradi HEPOK-a, jednog od najstarijih privrednih subjekata u Mostaru.

Takav, izuzetno povoljan položaj, garant je aromatskog i kiselinskog potencijala vina, koje nastaje u stalnoj borbi sunca, kamena, vinove loze i čovjeka.

Novo poglavlje poslovanja HEPOK-a počinje 2016. godine, kada prelazi u vlasništvo „Zeraa Agriculture Investment“ iz Sarajeva, podružnice društva „Zeraa Investment LLC“ iz Dubajja u Ujedinjenim Arapskim Emiratima.

Šta su osnovni elementi poslovne politike, koji su robni brendovi i može li bh. poljoprivreda opstati bez subvencija države, neka su od pitanja na koje je odgovorio generalni direktor HEPOK-a, diplomirani agronom Nedim Marić.

HEPOK JE SINTEZA ISKUSTVA, POSVEĆENOSTI I SAVREMENE TEHNOLOGIJE

Tekst Rašid Hakić
Fotografije HEPOK doo

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Marić, kada je osnovan HEPOK i šta je prethodilo utemeljenju istog?

N. MARIĆ:

HEPOK, odnosno Hercegovački poljoprivredni kombinat, registrovan je i utemeljen 1952. godine. Mnogo

prije, davne 1888. godine, u periodu Austro-Ugarske monarhije, na ovim prostorima počelo je organizovano



bavljenje vinogradarstvom i vinarstvom.

Od tada pa do nastanka HEPOK-a egistirali su različiti oblici državnog dobra, kroz zadruge i druge poljoprivredne organizacije.

Prvi počeci bavljenja vinogradarstvom počeli su u Carskim vinogradima nedaleko od Mostara, a drugi dio nalazio se kod Trebinja.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kada je HEPOK dostigao poslovni zenit?

N. MARIĆ:

Najveći uspon HEPOK-a zabilježen je krajem sedamdesetih godina prošloga stoljeća, kada je, pored proizvodnje vina i alkoholnih pića, u svom sastavu imao više djelatnosti na čitavom području Hercegovine i to stočne farme kod Nevesinja i Tomislavgrada sa proizvodnjom mlijeka i mljekarom, proizvodnju džemova, sokova, proizvodnju voća u Popovom polju, te proizvodnju cvijeća na Buni.

**USPJEŠNA TRANZICIJA
VLASNIČKIH ODNOSA**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kako su tekle aktivnosti promjene vlasničke strukture?

N. MARIĆ:

Prva privatizacija realizovana

je 2008. godine od strane Amko komerca iz Sarajeva i Vinarije Župa iz Aleksandrovca, koji su bili u vlasništvu do augusta 2016. godine, kada HEPOK kupuje „Zeraa Agriculture Investmemnt” doo Sarajevo, podružnica investitora, kompanije “ Zeraa Investment LLC” iz Dubajja.

Prvi vlasnik je izvršio investiranje u HEPOK, prevashodno vinogradarstvo oko 20 miliona KM, a dolaskom novog vlasnika uloženo je oko 30 miliona KM u osavremenjavanje procesne opreme.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koliko je radnika zaposleno u HEPOK-u i da li kvalifikaciona struktura zadovoljava potrebe poslovnog i proizvodnog ciklusa?

N. MARIĆ:

Stalo je uposleno 80 radnika, a sezonske radnike angažujemo po potrebi, pri čemu period berbe zahtijeva angažman najvećeg broja radne snage, kada bude angažovano nekoliko stotina radnika.

Što se tiče stručnog kadra, dolaskom novog vlasnika bazirali smo se na mlađu radnu snagu, a kadar smo u najvećoj mjeri educirali u okruženju i inostranstvu, koji zadovoljava sve segmente poslovno-proizvodnog procesa. Imamo dovoljan broj visokoobrazovanog kadra, koji takođe prolaze specijalističke oblike

edukacije.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kakav je omjer plasmana proizvoda na domaće i ino tržište?

N. MARIĆ:

Što se tiče prošle godine, posmatrajući ukupan promet HEPOK-a, oko 50 posto proizvodnje plasirano je na ino tržište, a preostali dio na domaće.

Međutim, posmatrajući osnovnu djelatnost, a to je proizvodnja vina i alkohola, na ino tržište je plasirano oko 70 posto proizvodnje.

BH BUSINESS MAGAZINE:

U kojoj mjeri se pandemija u kojoj živimo odrazila na poslovanje HEPOK-a?

N. MARIĆ:

Svakako da je bilo oscilacija u poslovanju obzirom da su ugostiteljstvo i turizam u znatnoj mjeri pogođeni smanjenim intezitetom poslovanja i rada.

To se reflektovalo i na naš plasman robe na tržište, posebno na izvoz u Hrvatsku, gdje je od planiranog realizovano svega 45 posto.

Što se tiče plasmana na domaće tržište to je iznosilo oko 50 posto u odnosu na 2019. godinu. Jedino je rastao plasman destilata, obzirom na drastično povećanje potrošnje dezinfekcionih sredstava, što će,

SAVREMENA PROIZVODNJA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta čini sadašnje djelatnosti HEPOK-a i kolikim kapacitetima raspolažete?

N. MARIĆ:

Sadašnje osnovne djelatnosti su proizvodnja grožđa, vina, jakih alkoholnih pića i destilata.

Raspolažemo sa 800 hektara poljoprivrednog zemljišta, od čega obrađujemo nešto više od 400 hektara.

Od 2007. godine, u periodu prije privatizacije, nešto više od 300 hektara, a uz saglasnost Ministarstva poljoprivrede dato je u zakup.

Naša vinarija raspolaže sa 5.500.000 kilograma skladišnog prostora, savremeni sistem kontrolisane fermentacije, savremenu opremu za primarnu preradu grožđa, podrumima sa barigüe bačvama za odležavanje vina, te linije za flaširanje sa visokim stepenom zaštite vina.

Kada je u pitanju proizvodnja grožđa, u mogućnosti smo proizvesti oko četiri miliona kilograma grožđa, a što se tiče proizvodnje alkohola kapacitet opreme kojom raspolažemo je 250 hiljada litara apsolutnog, odnosno stopostotnog alkohola na godišnjem nivou. Imamo zasađenih oko milion čokota vinove loze.

za očekivati je, biti nastavljeno i u narednom vremenu.

Destilati su dio naše proizvodnje, kojem ćemo u narednom periodu posvetiti posebnu pažnju, obzirom da će se trend povećanja alkohola kao dezinfekcionog sredstva biti nastavljen i u budućnosti.

IZOSTAVLJENA PODRŠKA DRŽAVE

BH BUSINESS MAGAZINE:

Nedavno ste uputili otvoreno pismo predstavnicima Vlade BiH i federalnog ministarstva poljoprivrede. O čemu se radi?

N. MARIĆ:

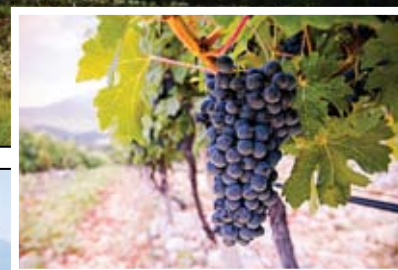
Već duži vremenski period nismo zadovoljni radom kako Vlade BiH tako ni federalnog ministarstva poljoprivrede u smislu odnosa prema proizvođačima grožđa i vina, kao i proizvođačima alkohola.

Obzirom na činjenicu da nismo dobili očekivane subvencije, gdje smatram da smo u potpunosti ispunjavali uslove, odlučili smo da otvorenim pismom upoznamo nadležne i javnost šta se dešava i kako se tretira strani investitor u

našoj državi.

Vlasnik HEPOK-a je „Zeraa Agriculture Investment“ doo iz

Sarajeva, gdje smo, u procesu aplikacije na javni poziv, dokazali da je naš vlasnik registrovan na



Plantaže "Hepok"-a

POISTOVIJEĆENOST SA PODNEBLJEM

BH BUSINESS MAGAZINE:

Koji su osnovni brendovi HEPOK-a?

N. MARIĆ:

Što se tiče domaćeg tržišta kada su u pitanju vina to je brend LISKA, nazvan po endemskoj vrsti ptice, odnosno liskaluku, specifičnom načinu humora ovog podneblja.

Tim nazivom htjeli smo da stvorimo odnos povezanosti grada Mostara i HEPOK-a, jer se liskaluci dešavanju prvenstveno prilikom druženja, sa željom da naša vina budu upravo dio tih druženja.

Drugi segment proizvoda su alkoholna pića i likeri pod nazivom TENELIJE, što je naziv za poznati hercegovački kamen od kojeg je izgrađena cijela jezgra starog grada Mostara.

Određene brendove smo naslijedili iz prijeratnog HEPOK-a, a to su crna i bijela vina, te jaka alkoholna pića od kojih se izdvajaju loza i travarica.

kantonalmom sudu u Sarajevu.

Na osnovu navedenog oblika vlasništva eliminisani smo iz cijelog procesa pomoći.

Obzirom da pojavu pandemije prati i otežana naplata potraživanja, koja se svakim danom povećava, svakako da bi izostavljeni vid pomoći

relaksirao naše poslovanje.

Odgovor na naše otvoreno pismo upućeno premijeru vlade FBiH Novaliću i ministru Dediću nismo dobili, a smatram da odgovor, odnosno rješenje na naše javljanje na javni poziv nećemo ni dobiti.

U prvom periodu januara ove godine je vidljivo da vakcina protiv COVID-a generalno može promijeniti tok ove bolesti i da bi u aprilu trebalo doći do tačnijih informacija u kojem smjeru je moguće razvojati poslovanje.

Ukoliko se nastavi ovaj trend očekivati je da će značajno padati prodaja vina na svjetskom tržištu.

U takvoj situaciji naša ideja je da povećamo proizvodnju alkohola koji se mogu koristiti u medicinske svrhe.

To je naš stav i shodno tome radimo određene biznis planove na koji način realizovati takav projekat u skorom vremenu.

Kad se posmatra cijeli tok proizvodnje grožđa do konačnog proizvoda destilat nije najsretnije rješenje proizvodnje.

Najsretnije rješenje je prodati grožđe po što većim cijenama, jer sve što idemo dalje u segmente proizvodnje smanjujemo dobit. Slikovito to izgleda ovako.

Za uzgoj jednog vinograda potrebno je đubrivo koje se ne



Segmenti proizvodnje

proizvodi u BiH, potrebne su makaze za obrezivanje vinograda koje se ne proizvode u BiH, potrebna je armatura, odnosno žica za vinograd koju smo primorani uvoziti jer nema domaćeg proizvođača, potrebni su sistemi za navodnjavanje vinograda koji se kupuju van BiH, potrebna je mehanizacija za obradu vinograda, a to su traktori, rezervni dijelovi, gume i maziva koje smo također primorani uvoziti, potrebne su priključne mašine koje rade određene operacije, a koje nabavljamo iz uvoza.

Kada dođemo do faze prerade vina sve mašine koje posjedujemo su iz Italije ili Francuske, znači opet iz uvoza.

Za mljevenje, muljanje i presovanje, stabilizaciju i fermentaciju mašine se nabavljaju van BiH.

Istovjetna je situacija kada se radi o enološkim preparatima koji se koriste u prehrambenoj industriji.

Proizvodnju stakla, odnosno potrebne ambalaže nemamo u BiH, kao ni vinskih čepova i etiketnog papira.

I kada, na osnovu svega navednog dođemo do gotovog proizvoda, kome sa cijenom možemo da budemo konkurentni ukoliko izostanu subvencije države.

U takvoj situaciji razliku, odnosno bilo kakvu dobit, možemo ostvariti kada radnicima damo male plate, jer u cijelom procesu učestvuju ljudi koji su veoma malo plaćeni, kako bi firma uopće poslovala.



NAGRADE

2017

ZLATNA MEDALJA ZA ŽILAVKU I TAMJANIKU NA SABITA SUSRETU VINOGRADARA I VINARA

2018

ZLATNA MEDALJA ZA VOĆNE RAKIJE NA SALINES SPIRIT FESTU

To je segmet koji ne razumiju ni Novalić i Dedić.

Vinogradarstvo je ograničeno na maksimalnu površinu od 150 hektara na koju se mogu ostvariti subvencije, dok mi raspoložemo sa više od 300 hektara neto površine.

To znači da uprkos tome što zapošljavamo znatan broj radnika, neko nas tjera da budeš mali.

Zbog svega navedenog željeli smo, jednim otvorenim pismo da skrenemo pažnju na maćehinski odnos koji je prema nama postavljen i diskriminatorski odnos prema stranim investitorima, što prema Ustavu BiH nije dozvoljeno.

Dividenda vlasniku nije isplaćena, što znači da je sav novac ostao unutar preduzeća. Novi vlasnik HEPOK-a, od 2016. godine do danas je konstantno ulagao i investirao.

HEPOK redovno isplaćuje plaće, uplaćuje

doprinosi, imamo zabilježen rast broja uposlenih, rast proizvodnje, zasadili smo nove površine vinovom lozom, povećali smo količinu proizvodnje grožđa i nakon toga svega imamo takav odnos nadležnih.

Smatram da je jedan od najvećih problema što poljoprivednu proizvodnju i problematiku iste dovoljno ne poznaju ili neće da poznaju ljudi koji su za to nadležni.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Smatrate li da je garancija uspješnog poslovanja HEPOK-a u daljoj budućnosti ipak osigurana?



Savremena tehnologija

Kvalitetni proizvodi



Kada pogledamo kalkulacije poljoprivredne proizvodnje u jednoj evropskoj zemlji pod broj jedan je neovisnost države u proizvodnji hrane, a obzirom da se poljoprivreda oslanja na turizam, ugostiteljstvo, mehanizaciju i druge grane privrede, to predstavlja jedan segment koji ujedinjava privredu.

Uprkos svemu, zahvaljujući iskustvu, posvećenosti i savremenim tehnologijama kojima raspolažemo, a koje su rezultat značajnog investiranja u proteklih nekoliko godina, te kvalitetu proizvoda HEPOK-a koji su već decenijama prisutni na domaćem i ino tržištu, pruža nam garanciju nastavka usvojenog trenda poslovanja.

N. MARIĆ:

Garancija HEPOK-a, kao i drugih preduzeća u oblasti poljoprivrede na svjetskom nivou, nije sigurna, obzirom da je svjetska poljoprivredna proizvodnja oslonjena na subvencioniranje.

Podaci govore da su u BiH skuplji troškovi nego u Njemačkoj.

Kod nas 90 posto prihoda trošimo na ishranu, zbog čega malo investiramo u stanogradnju, kupujemo polovne automobile, čime smo zbog skupe hrane zakočili sve ostale procese.



NEDIM MARIĆ rođen je 30. Aprila 1985. godine u Mostaru.

Osnovnu školu završio je u Bijelom Polju nadomak Mostara, gdje je završio i srednju poljoprivrednu školu.

Zvanje diplomiranog agronoma stekao je na fakultetu agronomije, smjer voćarstvo i vinogradarstvo, Univerziteta „Džemal Bijedić“ u Mostaru.

Profesionalno se bavio nogometom do 2008. godine, igrajući u Veležu, kada počinje raditi za

talijansku nevladinu organizaciju „ČEFA“ kao terenski agronom.

Na edukaciju u Italiju otišao je 2009. godine, koja mu je odredila profesionalnu karijeru.

Nakon toga počinje raditi u Stocu, u prvj zadružnoj vinariji u BiH.

U HEPOK je došao 2015. godine na mjesto agronoma gdje je vodio segment plantaže, pri čemu je napravio nadgradnju u radu i ostvario zapažene rezultate, smanjujući troškove i povećavajući proizvodnju, nakon čega mu je ponuđeno mjesto tehničkog direktora, koje preuzima 18. januara 2017. godine, a prvog februara iste godine imenovan je za generalnog direktora HEPOK-a.

Dodatno se edukovao i stekao zvanje profesora u srednjoj strukovnoj poljoprivrednoj školi.

Oženjen je i otac tri kćerke i jednog sina.